

Київський університет імені Бориса Грінченка  
Інститут журналістики  
Кафедра журналістики та нових медіа

**“ЗАТВЕРДЖУЮ”**

Проректор з науково–методичної та навчальної роботи



О. Б. Жильцов  
2019 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**АГЕНЦІЙНА ЖУРНАЛІСТИКА**

для студентів:

спеціальності	061 «Журналістика»
освітнього рівня	першого (бакалаврського)
освітньої програми	«Журналістика», «Міжнародна журналістика»

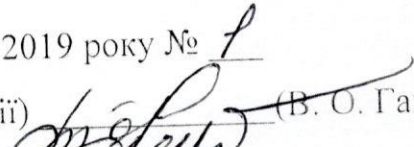
Київ – 2019




**Розробники:** Бикова О.М., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики і нових медіа

**Викладачі:** Бикова О.М., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики і нових медіа

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри (циклової комісії) журналістики та нових медіа


Протокол від « 29 » 08 2019 року № 1  
Завідувач кафедри (голова циклової комісії)  (В. О. Гандзюк)

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої (професійної/наукової) програми (керівником проектної групи) \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ . \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ р.

Гарант освітньої (професійної / наукової) програми  
(керівник проектної групи)  (М.С. Васьків)

Робочу програму перевірено

\_\_\_\_\_ . \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ р.

Заступник директора Інституту журналістики  (О.А. Росінська)

Пролонговано:

на 20 \_\_\_\_/20 \_\_\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), “ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ р., протокол № \_\_\_\_

на 20 \_\_\_\_/20 \_\_\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), “ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ р., протокол № \_\_\_\_

на 20 \_\_\_\_/20 \_\_\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), “ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ р., протокол № \_\_\_\_

на 20 \_\_\_\_/20 \_\_\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), “ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ р., протокол № \_\_\_\_

Київський університет імені Бориса Грінченка  
Інститут журналістики  
Кафедра журналістики та нових медіа

**“ЗАТВЕРДЖУЮ”**  
Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи  
О. Б. Жильцов  
2018 року



## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### АГЕНЦІЙНА ЖУРНАЛІСТИКА

для студентів:

галузі знань	06 Журналістика
спеціальності	061 Журналістика
освітньої програми	Журналістика

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА  
Ідентифікаційний код 02136554  
Начальник відділу  
моніторингу якості освіти  
Програма № 0013/18  
Жильцов  
(підпис) (прізвище, ініціали)  
«  » 20 18 р.

Київ – 2018 рік



**Розробники:** Бикова О.М., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики і нових медіа

**Викладачі:** Бикова О.М., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики і нових медіа

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри (циклової комісії) журналістики та нових медіа

Протокол від «30» серпня 2018 року № 1

Завідувач кафедри (голова циклової комісії) [підпис] О.О. Семенець

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої (професійної/наукової) програми (керівником проектної групи) \_\_\_\_\_

26 . 09 20 18 р.

Гарант освітньої (професійної / наукової) програми

(керівник проектної групи) [підпис] (М.С. Васьків)

Робочу програму перевірено

03 . 10 20 18 р.

Заступник директора Інституту журналістики [підпис] (О.А. Росінська)

Пролонговано:

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_, “\_\_” \_\_ 20\_\_ р., протокол №\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_, “\_\_” \_\_ 20\_\_ р., протокол №\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_, “\_\_” \_\_ 20\_\_ р., протокол №\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_, “\_\_” \_\_ 20\_\_ р., протокол №\_\_



# 1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
Агенційна журналістика		
	денна	заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	українська
Курс	1	1
Семестр	2	2
Кількість змістових модулів з розподілом:	6	6
Обсяг кредитів	6	6
Обсяг годин, в тому числі	180	180
Аудиторні	70	24
модульний контроль	12	
семестровий контроль	30	30
самостійна робота	68	126
форма семестрового контролю	іспит	іспит

## 2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Під час вивчення курсу «Агенційна журналістика» студенти знайомляться з сучасними технічними технологіями на прикладі розвитку новинної журналістики як найбільш гнучкої до технічних новинок у галузі.

**Метою навчальної** дисципліни «Агенційна журналістика» є ознайомлення з інформаційно-технологічними засадами розвитку й діяльності інформаційних агентств, їх досвідом, місцем і роллю у вітчизняному та світовому інформаційному просторі, вироблення навичок роботи з новинними матеріалами, засвоєння найважливіших вимог до написання повідомлень інформаційних агентств, ознайомлення із жанровим потенціалом новинної журналістики.

### **Завдання курсу:**

- ознайомити студентів із основними етапами становлення і розвитку інформаційних агентств, їх роллю і місцем у процесах глобалізації;
- надати базові відомості про жанри новинної журналістики;
- з'ясувати особливості роботи журналіста для інформаційного агентства;
- навчити опрацьовувати новинні масиви;
- навчити редагувати матеріали інформаційних агентств, адаптуючи їх до потреб потенційної аудиторії;
- забезпечити засвоєння студентами принципів побудови повідомлень світових та вітчизняних інформаційних агентств.

## 3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

Унаслідок вивчення курсу «Агенційна журналістика» **студент знатиме:**

- визначення основних категорій і понять курсу, об'єкти та суб'єкти агенційної журналістики;
- роль, професійні та посадові обов'язки журналіста в агенційній журналістиці;
- сучасну проблематику та жанрову специфіку агенційної журналістики;
- джерельну базу агенційної журналістики,
- особливості роботи в агенційній журналістиці;
- технологію створення агенційної журналістики;
- професійні стандарти агенційної журналістики,
- критерії оцінки якості та професійності сучасної агенційної журналістики;
- проблеми та болючі питання сучасної агенційної журналістики.

### **Студент умітиме:**

- самостійно та вільно орієнтуватися в теоретико-методологічних та практичних аспектах агенційної журналістики;
- професійно оперувати термінами, поняттями та ключовими категоріями з курсу;



- застосовувати отримані теоретичні знання на практиці;
- орієнтуватись у поточних подіях, виокремлювати головне та другорядне з подієвої картини дня, оцінювати та зіставляти події;
- відшукувати цікаві факти, помічати незвичні явища, визначати інформаційні приводи, коректно працювати з джерелами інформації, виявляти рівень критичного мислення під час перевірки даних;
- розрізняти факти й оціночні судження та адекватно використовувати їх в агенційної журналістики;
- працювати в команді, знаходити порозуміння з колегами у творчій групі, орієнтуватись у надзвичайних ситуаціях та обставинах;
- спиратись у роботі на професійні стандарти та керуватись морально-етичними нормами агенційної журналістики;
- орієнтуватись у проблемному полі сучасної агенційної журналістики, залучатися до проблемних дискусій з етико-правових та професійних питань агенційної журналістики на сторінках фахових видань, Інтернет-сайтів, ініціювати дискусії серед професійної спільноти в соціальних мережах;
- ефективно застосувати набуті навички з агенційної журналістики під час проходження практики в інформаційній агенції та в майбутній професійній діяльності.

Вивчення курсу формує у студентів такі компетентності: **фахові (ФК2)** Здатність знаходитись у контексті подій; уміння здійснювати моніторингову діяльність; знати характеристики різних ЗМІ; здатність створення матеріалів на основі аналізу потреб медіаринку, **ФК3** - Здатність до планування медіапроцесу, **ФК4** - Здатність оперативно збирати інформацію, **ФК5** - Здатність до виокремлення новини (факту); володіння інструментарієм перевірки інформації; здатність до вибору інформації на основі релевантності; уміння створювати матеріал для різних медіаплатформ; уміння інтерпретувати контент, **ФК6** - Здатність подавати інформацію у відповідній журналістській формі, **ФК8** - Здатність працювати у команді.



## 4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### 4.1. Тематичний план для денної форми навчання

4.1. Тематичний план для денної форми навчання							
Назви змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторні					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль 1. Інформаційні агентства у системі засобів масової комунікації							
Тема 1. Роль новинної журналістики у розвитку інформаційного суспільства	2	2					
Тема 2. Особливості зародження та розвитку інформаційних агентств. Світові інформаційні агентства	8	2			2		4
Тема 3. Формування досвіду українських інформаційних агентств у світовому контексті	8	2			2		4
Тема 4. Регіональні об'єднання інформаційних агентств	8	2			2		4
Модульний контроль	2						
Разом	28	8			6		12
Змістовий модуль 2. Інформаційно-творчі особливості новинної журналістики							
Тема 5. Інформаційно-структурні особливості новинної журналістики	10	2			4		4
Тема 6. Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств	10	2			4		4

Тема 7. Інформаційні продукти і жанри інформаційних агентств	10	2			4		4
Модульний контроль	2						
Разом	32	6			12		12
<b>Змістовий модуль 3. Особливості роботи інформаційних агенцій на українському медіа ринку</b>							
Тема 8. Правове поле діяльності інформаційних агентств в Україні	8				4		4
Тема 9. Способи вираження позиції інформаційними агентствами	8				4		4
Тема 10. Джерела інформації в роботі інформаційних агентств. Фактчекінг	8				4		4
Модульний контроль	2						
Разом	26				12		12
<b>Змістовий модуль 4. Організація роботи редакції новинної агенції</b>							
Тема 11. Організація і структура роботи інформаційних агентств	10				4		6
Тема 12. Розробка концепції студентського видання	10				4		6
Тема 13. Композиційні особливості написання матеріалів для власної інформаційної агенції	10				4		6
Модульний контроль	2						
Разом	32				12		18
<b>Змістовий модуль 5. Виробництво новинного контенту інформаційними агенціями</b>							
Тема 14. Створення матеріалів для інформаційних агенцій	28				14		14
Модульний контроль	2						



Разом	30				14		14
<b>Змістовий модуль 6. Агенційна журналістика. Підсумки</b>							
Модульний контроль	2						
Разом	2						
Підготовка до семестрового контролю	30						
Усього	180	14			56	12	68

#### 4.2. Тематичний план для заочної форми навчання

Назви змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторні					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль 1. Інформаційні агентства у системі засобів масової комунікації							
Тема 1. Роль новинної журналістики у розвитку інформаційного суспільства	4						4
Тема 2. Особливості зародження та розвитку інформаційних агентств. Світові інформаційні агентства	10	2			2		6
Тема 3. Формування досвіду українських інформаційних агентств у світовому контексті	8	2			2		4
Тема 4. Регіональні об'єднання інформаційних агентств	8						8



<b>Разом</b>	<b>30</b>	<b>4</b>			<b>4</b>		<b>22</b>
<b>Змістовий модуль 2. Інформаційно-творчі особливості новинної журналістики</b>							
Тема 5. Інформаційно-структурні особливості новинної журналістики	<b>10</b>				<b>2</b>		<b>8</b>
Тема 6. Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств	<b>10</b>				<b>2</b>		<b>8</b>
Тема 7. Інформаційні продукти і жанри інформаційних агентств	<b>10</b>				<b>2</b>		<b>8</b>
<b>Разом</b>	<b>30</b>				<b>6</b>		<b>24</b>
<b>Змістовий модуль 3. Особливості роботи інформаційних агенцій на українському медіа ринку</b>							
Тема 8. Правове поле діяльності інформаційних агентств в Україні	<b>10</b>				<b>2</b>		<b>8</b>
Тема 9. Способи вираження позиції інформаційними агентствами	<b>10</b>				<b>2</b>		<b>8</b>
Тема 10. Джерела інформації в роботі інформаційних агентств. Фактчекінг	<b>10</b>				<b>2</b>		<b>8</b>
<b>Разом</b>	<b>30</b>				<b>6</b>		<b>24</b>
<b>Змістовий модуль 4. Організація роботи редакції новинної агенції</b>							
Тема 11. Організація і структура роботи інформаційних агентств	<b>10</b>				<b>2</b>		<b>8</b>
Тема 12. Розробка концепції студентського видання	<b>10</b>						<b>10</b>
Тема 13. Композиційні особливості написання матеріалів для власної інформаційної агенції	<b>10</b>				<b>2</b>		<b>8</b>
<b>Разом</b>	<b>30</b>				<b>4</b>		<b>26</b>

<b>Змістовий модуль 5. Виробництво новинного контенту інформаційними агенціями</b>							
<b>Тема 14.</b> Створення матеріалів для інформаційних агенцій	<b>30</b>						<b>30</b>
<b>Разом</b>	<b>30</b>						<b>30</b>
Підготовка та проходження контрольних заходів	<b>30</b>						
<b>Усього</b>	<b>180</b>	<b>4</b>			<b>20</b>		<b>126</b>



## 5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.

### РОЗВИТОК ТЕХНОЛОГІЙ НОВИННОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

#### **Лекція 1. Роль новинної журналістики у розвитку інформаційного суспільства (2 год.)**

Поняття про інформаційне суспільство як суспільство індустрії образів і знань. П'ять інформаційних революцій суспільства. Розробка та широке використання інтелектуальних технологій подання (презентації) знань і фактів; роботизація новинних потоків і первинної аналітичної обробки; віртуалізація виробничих циклів видання. Відмова від односпрямованих способів комунікації на користь інтерактивних, що ведуть до виконання журналістом функції навігатора в інформаційному просторі.

*Література основна: 1, 3, 4, 5, 13, 19.*

*Література додаткова: 22, 23, 26, 30, 34, 37.*

#### **Лекція 2. Особливості зародження та розвитку інформаційних агентств. Світові інформаційні агентства (2 год.)**

Передумови виникнення інформаційних агентств. Агентства преси, світові інформаційні служби, телеграфні агентства. Гавас (Navas), Вольф (Wolf), Рейтер (Reuters), Асошіейтед Прес (Associated Press). Юнайтед прес (United Press – UP). Франс-Пресс (Agence France-Presse, AFP). Створення національних інформаційних агентств. Телеграфні агентства та агентства преси Радянського Союзу. Угода 1970 року про розподіл зон впливу між світовими інформаційними агентствами. Сінхуа. Bloomberg. Tomson-Reuters. Світові інформаційні агентства Tomson-Reuters, AFP, Association Press. Світові, регіональні та національні інформаційні агентства. Форми власності інформаційних агентств.

*Література основна: 2, 3, 7-9, 12, 14, 15, 17, 18.*

*Література додаткова: 35, 36, 39, 50, 58-60.*

#### **Лабораторне заняття 1. Сучасний стан розвитку інформаційних агентств (2 год.)**

*Світові інформаційні агентства Tomson-Reuters, AFP, Association Press, Xinhua. Регіональні та національні інформаційні агентства. Форми власності інформаційних агентств. Конвергенція у діяльності сучасних агентств новин.*

##### **Опис заняття:**

Проаналізувати стрічки провідних світових та українських інформаційних агентств (національних та місцевих) за 1 день. Зробити висновок про особливості подачі інформаційних матеріалів у різних типах агенцій.

Робота в малих групах

Обговорити і запропонувати перелік тем, спрямованих на формування позитивного іміджу України.

*Література основна: 2, 3, 7-9, 12, 14, 15, 17, 18.*

*Література додаткова: 35, 36, 39, 50, 58-60.*



### **Лекція 3. Формування досвіду українських інформаційних агентств у світовому контексті (2 год).**

Зародження інформаційних агентств на території нинішньої України. Російське телеграфне агентство (РТА), Міжнародне телеграфне агентство (МТА), Північне телеграфне агентство (ПТА). Санкт-Петербурзьке Телеграфне Агентство (СПТА). Специфіка перших українських інформаційних агентств: Перше українське пресове бюро (1907), Українській Інформаційний Комітет (1912), Союз визволення України (СВУ) (1914), Пресова Квартира Українських Січових Стрільців (1914). Інформаційна діяльність уряду УНР, ЗУНР, гетьманату Павла Скоропадського, директорії УНР, Радянської України. Інформаційне агентство Укрінформ та його попередники. Міжнародна діяльність Укрінформу, його участь у світових інформаційних об'єднаннях.

*Література основна: 3, 8, 11, 14, 16, 20, 21.*

*Література додаткова: 25, 40-42, 47-49.*

### **Лабораторне заняття 2. Визначення структурно-творчих особливостей повідомлень українських та світових інформаційних агентств (2 год.)**

*Порівняльна характеристика світових та українських інформаційних агентств.*

#### **Опис заняття:**

Студенти отримують комплект роздрукованих повідомлень зі стрічок інформаційних агентств. На основі їх аналізу, роблять висновок про спільне й відмінне отриманих повідомлень, про їх зміст та структуру.

Визначені студентами спільні й відмінні риси виписуються на дошку або на папір.

Після закінчення студентами аналізу викладач узагальнює почуте й робить висновок про спільні риси повідомлень інформаційних агентств.

*Література основна: 2-7, 13, 14, 16, 19.*

*Література додаткова: 22, 23, 25, 28, 29, 30-32, 34.*

### **Лекція 4. Регіональні об'єднання інформаційних агентств (2 год.)**

Державні та корпоративні інформаційні агентства. Німецьке інформаційне агентство DPA, польське агентство PAP, італійське агентство ANSA. Європейський альянс інформаційних агентств EANA. Місце інформаційних агентств у медіаполітиці Європейського Союзу.

Сучасні тенденції розвитку східних інформаційних агентств. Інформаційні агентства Китаю та Південної Кореї: Сінхуа, Йонхап. Японське інформаційне агентство Кіодо Цусін.

Об'єднання інформаційних агентств: Європейський альянс інформаційних агентств (EANA), Пан-Африканське інформаційне агентство PANA (PANAPRESS), Федерація арабських інформаційних агентств (FANA), Альянс середземноморських інформаційних агенцій (AMAN), Асоціація Балканських інформаційних агентств та Південно-Східної Європи (ABNA), Причорноморська асоціація національних інформаційних агентств (ПАНІА), Союз латиноамериканських інформаційних агенцій (ULAN).

*Література основна: 2, 3, 6, 7, 12, 14, 15*



*Література додаткова: 28, 31, 35, 36, 37, 39-51, 55-61.*

### **Лабораторне заняття 3. Регіональні об'єднання інформаційних агентств (2 год.)**

Державні та корпоративні інформаційні агентства. Німецьке інформаційне агентство DPA, польське агентство PAP, італійське агентство ANSA. Європейський альянс інформаційних агентств EANA. Місце інформаційних агентств у медіаполітиці Європейського Союзу.

Сучасні тенденції розвитку східних інформаційних агентств. Інформаційні агентства Китаю та Південної Кореї: Сінхуа, Йонхап. Японське інформаційне агентство Кіодо Цусін.

Об'єднання інформаційних агентств: Європейський альянс інформаційних агентств (EANA), Пан-Африканське інформаційне агентство PANA (PANAPRESS), Федерація арабських інформаційних агентств (FANA), Альянс середземноморських інформаційних агенцій (AMAN), Асоціація Балканських інформаційних агентств та Південно-Східної Європи (ABNA), Причорноморська асоціація національних інформаційних агентств (ПАНІА), Союз латиноамериканських інформаційних агенцій (ULAN).

#### **Опис заняття:**

Робота в малих групах.

Студенти аналізують роздані викладачем зразки повідомлень національних та регіональних інформаційних агентств та намагаються визначити якому інформаційному агентству (якої країни) вони належать.

*Література основна: 2, 3, 6, 7, 12, 14, 15*

*Література додаткова: 28, 31, 35, 36, 37, 39-51, 55-61.*

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ІНФОРМАЦІЙНО-ТВОРЧІ ОСОБЛИВОСТІ НОВИННОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ**

### **Лекція 5. Інформаційно-структурні особливості новинної журналістики (2 год.)**

Правила цитування. Вживання цитат як підвищення довіри до журналістського матеріалу. Цитата, як непряме вираження власної думки. Робота з джерелами інформації. Ідентифіковані джерела, неідентифіковані джерела. Особливості використання неідентифікованих джерел. Офіційні й неофіційні джерела. Зовнішні і внутрішні джерела. Соціальні мережі як джерело інформації. Способи перевірки інформації за допомогою сучасних технологій.

*Література основна: 1, 3-5, 10, 13, 14, 19.*

*Література додаткова: 22, 23, 29, 30, 32, 34, 37.*

### **Лабораторне заняття 4-5. Особливості журналістики новин (4 год).**

Особливості створення матеріалу для новинної журналістики.

#### **Опис заняття 4:**

Отримавши зразки повідомлень інформаційних агентств, студенти аналізують їх структуру, відповідність правилу «перевернутої піраміди», правилу «наближення



інтересів» тощо.

Із запропонованого газетного матеріалу студент створює інформаційне повідомлення для ІА.

*Література основна: 1, 3-5, 10, 13, 14, 19.*

*Література додаткова: 22, 23, 29, 30, 32, 34, 37.*

#### **Опис заняття 5:**

Прослухавши запис прес-конференції чи промови публічних осіб українського істеблшменту студенти, застосовуючи правила цитування, пишуть інформаційні матеріали, виокремлюючи пряму і непряму мову.

*Література основна: 1, 3-5, 10, 13, 14, 19.*

*Література додаткова: 22, 23, 29, 30, 32, 34, 37.*

#### **Лекція 6. Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств (2 год.)**

Структура інформаційного повідомлення. Заголовок, лід, сублід, основна частина, бекграунд (складові повідомлення інформаційного агентства: слаглайн, хедлайн, дейтлайн, лід, сублід, джерела інформації, бекграунд). Правило перевернутої піраміди. Правила написання ліду.

*Література основна: 1, 3-5, 10, 13, 14, 19.*

*Література додаткова: 22, 23, 29, 30, 32, 34, 37.*

#### **Лабораторне заняття 6-7. Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств (4 год.)**

Структура інформаційного повідомлення. Заголовок, дейтлайн, слаглайн, трешлайн, лід/інтро, сублід, основна частина, бекграунд. Правило перевернутої піраміди. Правила написання ліду.

#### **Опис заняття 6:**

Студенти отримують газетні замітки з яких вони повинні переписати новину за структурою, що притаманна для інформаційних агенцій. Особлива увага звертається на створення ліду, як ключового складника повідомлення. Правила написання ліду:

- Нова інформація;
- 30-35 слів;
- Перше речення – прямий порядок слів (ХТО/ЩО, ЩО ЗРОБИВ, КОЛИ, ДЕ?);
- Перше речення – не більше 25 слів;
- Не дублює інформацію хедлайну;
- Містить посилання на джерело;
- Подає коротку пряму чи непряму цитату, яка може бути розширена у субліді;
- Не переобтяжений деталями

#### **Опис заняття 7:**

Робота в малих групах.

Студенти моделюють роботу інформаційного агентства, яке використовує у своїй роботі матеріали громадської журналістики.

#### **Крок перший**

Проводиться опитування студентів, викладачів, відвідувачів Інституту журналістики: які новини ви знаєте? Що нового відбулося в Інституті або довкола нього? Свідком якої події вам довелося бути?



**Крок другий**

Обговорення зібраної інформації, відбір новин, які можуть бути розміщені на стрічці агентства.

**Крок третій**

Обговорення можливих способів перевірки інформації, уточнення деталей, підбір джерел інформації до тем.

*Література основна: 1, 3-5, 10, 13, 14, 19.*

*Література додаткова: 22, 23, 29, 30, 32, 34, 37.*

**Лекція 7. Інформаційні продукти і жанри інформаційних агентств (2 год.)**

Диверсифікація інформаційних продуктів. Інформаційні жанри: флеш, факт, повідомлення, розширене повідомлення, замітка, репортаж, інтерв'ю. Аналітичні жанри. Особливості використання жанрів інформаційними агентствами. Збагачення палітри жанрів інформаційними агентствами: жанр статистичної інформації. Видозміна жанру портрета: портрет-довідка, бліц-портрет. Фінансово-статистичні жанри інформації. Застосування штучного інтелекту для написання фінансових новин.

*Література основна: 1, 3-5, 10, 13, 14, 19.*

*Література додаткова: 22, 23, 29, 30, 32, 34, 37.*

**Лабораторне заняття 8-9. Жанри матеріалів інформаційних агентств (4 год.)**

Диверсифікація інформаційних продуктів. Інформаційні жанри: флеш/ алерт/ блискавка, факт, повідомлення, розширене повідомлення, замітка, репортаж, інтерв'ю. Аналітичні жанри. Особливості використання жанрів інформаційними агентствами. Збагачення палітри жанрів інформаційними агентствами: жанр статистичної інформації. Видозміна жанру портрета: портрет-довідка, бліц-портрет.

**Опис заняття 8:**

За поданою інформацією (можливий матеріал друкованого ЗМІ, підібраний викладачем) студенти пишуть флеш та факт (найкоротші жанри новинної журналістики).

**Опис заняття 9:**

За поданою інформацією (кейсом) студенти повинні написати розширене повідомлення, замітку, анонс. Поетапна робота обговорюється в малих групах та підсумовується викладачем.

*Література основна: 1, 3-5, 10, 13, 14, 19.*

*Література додаткова: 22, 23, 29, 30, 32, 34, 37.*

**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3.****ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНЦІЙ  
НА УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАРИНКУ (12 год. лаб. занять)**

У цьому модулі студенти знайомляться з особливостями роботи інформаційної журналістики в умовах українського медіа-простору. Опрацьовують законодавчі акти, що регулюють діяльність інформаційних агентств. Вивчають способи вираження позиції інформаційними агентствами та способи роботи з джерелами інформації та їх верифікацією.



## **Лабораторне заняття 10-11. Правове поле діяльності інформаційних агентств в Україні (4 год.)**

### **Опис заняття 10:**

Законодавча база діяльності інформаційних агентств України. Закони України «Про інформацію», «Про інформаційні агентства», «Про підприємництво». Засади реєстрації інформаційних агентств як суб'єктів інформаційної та підприємницької діяльності. Законодавчий статус інформаційних агентств.

Студенти опрацьовують основні засади Закону «Про інформаційні агентства».

*Література основна: 1, 3-5, 10, 13, 14, 19.*

*Література додаткова: 22, 23, 25-27, 29, 30, 32, 34, 37.*

### **Опис заняття 11:**

*Робота в малих групах.*

Група ділиться на парну кількість підгруп. Одні з них – готують заяву на адресу реєструючого органу про реєстрацію інформаційного агентства, а інші – моделюють роботу реєструючого органу.

Роль реєструючого органу можуть виконувати студенти іншої групи. Завдання однієї групи – подати заяву, а іншої – знайти недоліки у заповненні заяви і не прийняти її.

*Література основна: 1, 3-5, 10, 13, 14, 19.*

*Література додаткова: 22, 23, 29, 30, 32, 34, 37.*

## **Лабораторне заняття 12-13. Способи вираження позиції інформаційними агентствами (4 год.)**

*Стилістичний спосіб, композиційний спосіб. Емоційно-експресивна й оціночна лексика як спосіб вираження позиції інформаційними агентствами.*

### **Опис заняття 12:**

*Робота у малих групах.*

На основі запропонованого ситуативного завдання (кейсу) студенти готують інформацію з позитивним та негативним забарвленням, використовуючи різні способи вираження позиції інформаційними агентствами.

*Література основна: 1, 3-5, 10, 13, 14, 19.*

*Література додаткова: 22, 23, 29, 30, 32, 34, 37.*

### **Опис заняття 13:**

Знайомство з настановами для журналістів від агенцій: Стайлбук УКРІНФОРМУ, Reuters Handbook of Journalism, AP Stylebook.

Пошук кумедних випадків у стрічках новин агенцій.

*Література основна: 1, 3-5, 10, 13, 14, 19.*

*Література додаткова: 22, 23, 29, 30, 32, 34, 37.*

## **Лабораторне заняття 14-15. Джерела інформації в роботі інформаційних агентств. Факчекінг (4 год.)**

*Ідентифіковані джерела, неідентифіковані джерела. Особливості використання неідентифікованих джерел. Офіційні й неофіційні джерела. Зовнішні і внутрішні джерела. Соціальні мережі як джерело інформації. Сучасні технології перевірки інформації.*



**Опис заняття 14:***Робота в малих групах.*

Студенти отримують по 2 конверти, в одному з яких – прізвище та ім'я особи, а в іншому – тема.

Після одговорення, студенти мають написати перелік тем, до яких особа може бути експертом, а також перелік осіб, які можуть бути джерелами інформації до запропонованої теми.

Викладач може запропонувати студентам проаналізувати газетний матеріал та спробувати визначити якими джерелами інформації користувався журналіст та яких джерел йому не вистачило, які джерела можна було б залучити для удосконалення публікації.

*Література основна: 1, 3-5, 10, 13, 14, 19.**Література додаткова: 22, 23, 24, 29, 30, 32, 34, 37.***Опис заняття 15: Основи фактчекінгу**

Основні принципи перевірки. Перевірка контенту, отриманого від читачів. Перевірка зображень. Перевірка відео. Перевірка новинних подій і надзвичайних ситуацій за допомогою краудсорсінгу. Використання комп'ютерних програм для верифікації контенту, отриманого від користувачів. Інструменти перевірки.

Використовуючи правила верифікації, студенти повинні зробити аналіз інформації, що стосується української тематики, поданої одним із російських інформаційних ресурсів.

*Література основна: 1, 3-5, 10, 13, 14, 19.**Література додаткова: 22, 23, 24, 29, 30, 32, 34, 37.***ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4.****ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ РЕДАКЦІЇ НОВИННОЇ АГЕНЦІЇ****(12 год. лаб. занять)**

У цьому модулі студенти знайомляться з організацією роботи редакції та її структурою. Під час занять створюють власні редакції і розробляють концепцію щотижневого інформаційного видання. Завдання цього змістового модулю виконуються протягом семестру.

**Лабораторне заняття 16-17. Організація і структура роботи інформаційних агентств (4 год.)**

Порівняльна структура світових та українських інформаційних агентств. Інформаційні продукти та послуги. Економічні моделі діяльності інформаційних агентств: моделі платного та вільного доступу до інформації, комбіновані моделі. Універсалізація та спеціалізація діяльності агентств новин.

**Опис занять 16-17:***Робота в малих групах.*

Кожна група створює інформаційне агентство, або обирає із вже існуючих.

Визначає структуру інформаційного агентства та призначає керівників агентства, відповідальних за роботу відділів.

Кожна робоча група отримує перелік тем зі стрічок українських інформаційних агентств. Кожен відділ має відібрати 3-5 тем, які агентство планує висвітлювати,



аргументуючи при цьому свій вибір.

Потрібно враховувати спрямованість інформаційного агентства та інтереси аудиторії.

*Література основна: 1, 3-5, 10, 13, 14, 19.*

*Література додаткова: 22, 23, 29, 30, 32, 34, 37.*

#### **Лабораторне заняття 18-19. Створення концепції студентського видання (4 год.)**

##### **Опис занять 18-19:**

##### *Робота в малих групах*

Студенти створюють концепцію свої видань спираючись на такі критерії:

- Назва видання.
- Опис мети і завдань видання.
- Опис аудиторії видання.
- Опис засобів і методів (організаційних, редакційних, дизайнерських, інформаційних, жанрових та ін.), за допомогою яких ці завдання будуть вирішуватися.
- Короткий тематичний рубрикатор (з поясненнями, навіщо потрібна кожна рубрика, про що вона, як саме подається).
- Технічні характеристики видання: формат; обкладинка і блок; обсяг (кількість сторінок); періодичність;

*У кінці заняття студенти роблять презентацію концепції для аудиторії.*

*Література основна: 1, 3-5, 10, 13, 14, 19.*

*Література додаткова: 22, 23, 29, 30, 32, 34, 37.*

#### **Лабораторне заняття 20-21. Композиційні особливості написання матеріалів для власної інформаційної агенції (4 год.)**

##### **Опис заняття 20:**

Обговорення та написання інтерв'ю. Відбувається поетапна підготовка до інтерв'ю, обговорюється в малих групах. З групи обирається одна особа, яка стає респондентом. На прикладі створеного на парі інтерв'ю, студенти створюють матеріал у цьому жанрі для власного видання.

*Література основна: 1, 3-5, 10, 13, 14, 19.*

*Література додаткова: 22, 23, 29, 30, 32, 34, 37.*

##### **Опис заняття 21:**

Обговорення та написання рецензії. На прикладі переглянутого напередодні художнього фільму, відбувається обговорення та підготовка до написання матеріалу. Три правила написання кінорецензії:

- По-перше, крім очевидного — що хотів сказати автор, критик повинен збагнути і пояснити читачу, яке значення фільм має для глядача і для кіно загалом.
- По-друге, пишучи рецензію, бажано не вживати займенника «я», не переказувати сюжету й не вдаватися до спойлерів.
- По-третє, критик має бути незаангажованим. Перед переглядом фільму ліпше нічого не читати про нього, адже автор рецензії має побачити в стрічці щось таке, чого до нього не помітив ніхто.



Крім того будь-яка рецензія повинна бути «живою». А «живим» матеріал роблять люди та їхні відчуття.

*Література основна: 1, 3-5, 10, 13, 14, 19.*

*Література додаткова: 22, 23, 29, 30, 32, 34, 37.*

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 5. ВИРОБНИЦТВО НОВИННОГО КОНТЕНТУ ІНФОРМАЦІЙНИМИ АГЕНЦІЯМИ (14 год. лаб. занять)**

Студенти створюють щотижневий випуск інформаційних видань, формуючи матеріали у жанровій палітрі новинної журналістики. Завдання цього змістового модулю виконуються протягом семестру.

**Лабораторне заняття 22-28. Створення журналістських матеріалів для інформаційних агенцій (14 год.)**

**Опис занять 22-28:**

На практичних заняттях відбувається відпрацювання навичок написання журналістських матеріалів у жанровій палітрі новинної журналістики. З написаних матеріалів формуються щотижневі випуски інформаційних видань кожної мікрогрупи.

Раз на тиждень студенти представляють свої випуски в аудиторії та у створеній для цього групі в одній із соціальних мереж.

*Література основна: 1, 3-5, 10, 13, 14, 19.*

*Література додаткова: 22, 23, 29, 30, 32, 34, 37.*

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 6. АГЕНЦІЙНА ЖУРНАЛІСТИКА. ПІДСУМКИ (30 год. сам. роботи)**

Цей модуль повністю винесено на самостійне опрацювання. Під час виконання самостійної роботи студенти готуються до підсумкового контролю.

*Література основна: 1-21.*

*Література додаткова: 22-61.*





## **6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання**

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. Інформаційні агентства у системі засобів масової комунікації**

**Тема 1-2. Роль новинної журналістики у розвитку інформаційного суспільства. Особливості зародження та розвитку інформаційних агентств. Світові інформаційні агентства (4 год.)** Проаналізувати як одна й та ж інформація подається у різних агенціях України і світу. Переглянути стрічки новин інформаційних агенцій.

**Тема 3. Формування досвіду українських інформаційних агентств у світовому контексті (4 год.).** Студенти переглядають трансляцію прес-конференцій, які проводяться в УКРІНФОРМІ або ж переглядають засідання Уряду на каналі Youtube. Як результат – підготовка якомога більшої кількості новинних фактів з однієї події.

**Тема 4. Регіональні об'єднання інформаційних агентств (4 год.).** Зробити перелік національних агентств Європи, Азії, Африки, Америки (на вибір).

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. Інформаційно-творчі особливості новинної журналістики**

**Тема 5. Інформаційно-структурні особливості новинної журналістики (4 год.).** Написати 2 повідомлення на студентську тематику.

**Тема 6. Архітектоніка повідомлень інформаційних агентств (4 год.).** Переглянути стрічку новин 4 світових агенцій за один день та визначити специфіку структури їхніх повідомлень.

**Тема 7. Інформаційні продукти і жанри інформаційних агентств (4 год.).** Написати замітку, анонс, інтерв'ю, бліц-портрет до студентського видання.

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ III. Особливості роботи інформаційних агенцій на українському медіаринку**

**Тема 8. Правове поле діяльності інформаційних агентств в Україні (4 год.).** Опрацювати українське законодавство, яке регулює діяльність інформаційних агентств. Заповнити реєстраційну картку ІА.

**Тема 9. Способи вираження позиції інформаційними агентствами (4 год.).** Опрацювати на вибір Reuters Handbook of Journalism або AP Stylebook.

**Тема 10. Джерела інформації в роботі інформаційних агентств. Фактчекінг (4 год.).** Скласти покажчик прямих і непрямих джерел інформації до запропонованої викладачем теми. Ознайомитися з відкритими базами даних.

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ IV. Організація роботи редакції новинної агенції**



**Тема 11. Організація і структура роботи інформаційних агентств (6 год.).** Україна на сторінках світових та національних інформаційних агентств. Написати огляд новин про Україну, використавши стрічки світових та національних інформаційних агентств.

**Тема 12. Розробка концепції студентського видання (6 год.).** Створити презентацію концепції власного видання для оприлюднення перед аудиторією (робота в малих групах).

**Тема 13. Композиційні особливості написання матеріалів для власної інформаційної агенції (6 год.).** Сходити на виставу (виставку, фільм, ресторан, концерт) для подальшого написання рецензії чи інтерв'ю.

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ V. Виробництво новинного контенту інформаційними агенціями**

**Тема 14. Організація роботи редакції ІА (14 год.).** Написання та верстка матеріалів для власних щотижневих видань. Завдання цього змістового модулю виконуються протягом семестру.

#### **Критерії оцінювання самостійної роботи**

Кожна самостійна робота оцінюється у 5 балів. Максимальне розкриття питання та виконання практичних завдань гарантує студентові отримання високої оцінки, що пізніше буде врахована у загальний рейтинг під час складання навчальної дисципліни на сесії.

Критерії оцінювання відповіді:

- відповідність змісту;
- повнота і ґрунтовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- термінологічна коректність;
- здатність до обґрунтування висновків;
- володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

#### **6.3. Форма проведення модульного контролю та критерії оцінювання**

##### **Модульна контрольна робота №1**

Модульна контрольна робота проводиться у вигляді написання інформаційного огляду матеріалів різних інформаційних агенцій про резонансну подію (2 год.).

##### **Модульна контрольна робота №2**

Модульна контрольна робота проводиться у вигляді демонстрації презентації однієї з українських регіональних інформаційних агенцій, що виконана за запропонованою схемою (2 год.).

Студенти за поданою схемою роблять презентацію діяльності інформаційної агенції (вибір агентства відбувається за жеребкуванням).

Робота виконується у формі презентації (PowerPoint або Prezzi).



## СХЕМА ОПИСУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ АГЕНЦІЇ

1. Логотип
2. Назва агенції
3. **Коротка характеристика агенції –**
  - 1) *За формою функціонування:* традиційна чи мережева.
  - 2) *За спеціалізацією діяльності:* загального профілю (універсальні), багатопрофільна, спеціалізована(тематична).
  - 3) *За розповсюдженням та масштабом діяльності:* національна, регіональна.
  - 4) *За характером аудиторії, типом власника, джерелом фінансування, мовами подачі інформації, характером розповсюдження інформації (абонентська плата, передплата, вільний доступ)*
4. Історична довідка
5. Основні інформаційні продукти
  - 1) Основні тематичні напрямки
  - 2) Основні рубрики
  - 3) Основні особливості подачі пропонованої інформації
  - 4) Основні жанри інформаційного продукту
6. Статистичні дані (Приблизна кількість повідомлень за день, місяць, рік)
7. Координати редакції

### Модульна контрольна робота № 3

Модульна контрольна робота проводиться у вигляді демонстрації презентації підбірки інформаційних та аналітичних жанрів у вітчизняних та світових інформаційних агенціях.

Робота виконується у формі презентації (PowerPoint або Prezzi).

### Модульна контрольна робота № 4

За результатами семестрової роботи проводиться визначення рівня знань необхідних для роботи у агенційній журналістиці (прізвища відомих особистостей, посади, державні структури, столиці тощо) – 2 год.

### Модульна контрольна робота № 5-6

Модульні контрольні роботи проходять у вигляді презентації дайджесту Інформаційних бюлетенів, виконаних протягом семестру кожною, з утворених редакцій (4 год.).

## 6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Агенційна журналістика» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип коопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок, розширення кількості підсумкових балів до 100. Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти, де зазначено види контролю й принципи їх оцінювання.



- У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:
- **Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, екзамен.
  - **Методи письмового контролю:** модульне письмове тестування.
  - **Методи самоконтролю:** уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

### ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ з дисципліни «Агенційна журналістика»

Курс	1 курс
Спеціальність	061 «Журналістика»
Освітня програма:	журналістика
Форма проведення	<b>Комбінований іспит</b> (50% від кількості балів студент може отримати, даючи відповідь на тестові запитання з теоретичної частини курсу. Інші 50% балів студент отримує за написання матеріалу інформаційного жанру, характерного для агенційної журналістики. Найвищий бал – 20, студент отримує, якщо в матеріалі чітко простежується структура інформаційного повідомлення: заголовок, лід, сублід, цитата, посилання на джерело, контекст, бекграунд; новину подано достовірно, збалансовано і повно; в матеріалі прослідковується вміння працювати з фактами; витримана стилістика новинної журналістики.)
Тривалість проведення:	1 година
Максимальна кількість балів:	<b>40 балів:</b> 20 балів- тестова частина іспиту 20 балів – практична частина іспиту
Критерії оцінювання	<b>40-38</b> – відмінний рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу з, можливими, незначними недоліками <b>37-35</b> – достатньо високий рівень знань (умінь) у межах обов'язкового матеріалу без суттєвих грубих помилок <b>34-30</b> – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок <b>29-25</b> – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності <b>24-20</b> – мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь) <b>19-1</b> – незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання
Перелік допоміжних матеріалів	Кожен студент отримує інформаційний кейс, за яким буде писатися творче завдання
Орієнтовний перелік питань:	Перелік питань та орієнтовне екзаменаційне завдання див. нижче

Порядок переведення рейтингових показників успішності



### 6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю

1. Дослідники історії становлення та розвитку інформаційних агентств.
2. Трансформація місця і ролі інформаційних агентств в системі засобів масової інформації.
3. Інформаційні агентства, телеграфні агентства, агентства новин.
4. Причини виникнення перших світових інформаційних агентств.
5. Зародження української агенційної журналістики у контексті світової.
6. Інформаційне агентство Шарля Гаваса.
7. Інформаційна діяльність Поля Юліуса Рейтера.
8. Інформаційне агентство Рейтер.
9. Інформаційне агентство Вольфа.
10. Інформаційне агентство «Ассошіейтед Прес»: етапи становлення.
11. Угода між інформаційними агентствами 1870 року: історичне значення.
12. Підстави для створення першого російського офіційного інформаційного агентства.
13. Інформаційні агентства СПТА і ПТА.
14. Особливості інформаційного агентства «Трансоцеан».
15. Причини посилення позицій американських інформаційних агентств порівняно з європейськими.
16. Вплив Другої світової війни на розвиток інформаційних агентств світу.
17. Радінформбюро та АПН.
18. Особливості інформаційного агентства АПН.
19. Попередники інформаційних агентств України.
20. Українське державне телеграфне агентство (УТА) та Українське телеграфічне агентство (УТА).
21. Інформаційне агентство РАТАУ.
22. Укрінформ як наступник РАТАУ.
23. Сучасна вітчизняна та зарубіжна агенційна журналістика.
24. Визначення поняття «інформаційна журналістика».
25. Класифікація інформаційних агентств в залежності від їх організаційної форми.
26. Особливості вітчизняного ринку виробництва новин.
27. Основні категорії інформаційних продуктів інформаційних агентств.
28. Причини диверсифікації продуктів сучасних інформаційних агентств.
29. Поняття «інформаційного продукту» агентства. Системи інформаційних продуктів.
30. Неоднозначність статутних завдань Укрінформу.
31. Українське незалежне інформаційне агентство «УНІАН».
32. Інформаційна продукція УНІАН.
33. Транснаціональні інформаційні компанії.
34. Інформаційна група Інтерфакс.



35. Ключові напрямки інформаційної діяльності агентство «Інтерфакс-Україна».
36. Ключові гравці на сучасному інформаційному ринку світу серед інформаційних агентств.
37. Інформаційні продукти «Рейтер»: розширення і диверсифікація.
38. Сучасні інформаційні агентства Сполучених Штатів Америки.
39. Сучасні інформаційні агентства Великобританії.
40. Система інформаційних продуктів ІТАР-ТАРС.
41. Сучасні інформаційні агентства азійських країн у світовому контексті.
42. Інформаційне агентство Китаю.
43. Особливості реєстрації українських інформаційних агентств.
44. Правове поле діяльності вітчизняних інформаційних агентств.
45. Законодавча класифікація інформаційних агентств України.
46. Перше недержавне інформаційне агентство України.
47. Регіональні інформаційні агентства України.
48. Державні інформаційні агентства України.
49. Інформаційні агентства он-лайн.
50. Інформаційне агентство УФС.
51. Архітектура повідомлень інформаційних агентств: вітчизняні і світові надбання.
52. Слаглайн, дейтлайн, хедлайн.
53. Структура повідомлень інформаційних агентств.
54. Лід. Особливості побудови та види.
55. Бекграунд інформаційного повідомлення.
56. Обов'язкові компоненти інформаційного повідомлення.
57. Джерела інформації як обов'язкові компоненти інформаційних повідомлень агентств новин.
58. Види джерел інформації та особливості їх використання.
59. Особливості використання цитат в повідомленнях світових інформаційних агентств.
60. Способи вираження позиції інформаційних агентств.
61. Інформаційні продукти та їх жанри.
62. Факт і розширене повідомлення.
63. Замітка та її види.
64. Виклад думок як жанр у практиці інформаційних агентств.
65. Інформаційний звіт та його використання.
66. Жанр статистичної інформації.
67. Фічер.
68. Інтерв'ю та репортаж у практиці інформаційних агентств.
69. Портрет, види портрета у практиці інформаційних агентств.
70. Фактори, які впливають на розвиток сучасних вітчизняних та зарубіжних інформаційних агентств.



### Приблизний екзаменаційний тест

1. Перше світове інформаційне агентство було засноване:
  - 1) Шарлем-Луї Гавасом у Парижі;
  - 2) Шарлем-Луї Гавасом у Марселі;
  - 3) Шарлем-Мішелем Гавасом у Сорбонні;
  - 4) Шарлем-Мішелем Гавасом у Тулузі.
2. Національне інформаційне агентство Укрінформ стало ініціатором створення організації інформаційних агентств:
  - 1) ЕАНА;
  - 2) ОАНА;
  - 3) ПАНІА;
  - 4) ПАРНІА
3. Найбільшим інформаційним агентством світу є агентство:
  - 1) Thomson ;
  - 2) Reuters;
  - 3) Thomson-Reuters;
  - 4) Thomson-Bloomberg.
4. Жанр портрета у практиці інформаційних агентств має такі різновиди:
  - 1) блиц-портрет, портрет-довідка;
  - 2) шот-портрет, портрет-біографія;
  - 3) блиц-портрет, портрет-ретроспектива;
  - 4) портрет-довідка, портрет-інформація.
5. У якій власності перебувають провідні агенції Японії та Південної Кореї:
  - 1) приватній;
  - 2) державній;
  - 3) кооперативній;
  - 4) акціонерній.

### Приблизне творче екзаменаційне завдання:

*Напишіть флеш, використовуючи подану нижче інформацію:*

[01.09.2009 08:59]

З сьогоднішнього дня починає діяти наказ Міністерства освіти і науки Росії, який встановлює перелік словників і довідників. Ці видання містять норми сучасної російської мови. Як відзначає агентство Росбалт, згідно з цими книгами, сказати «вкусное кофе» — відтепер не помилка. Також допускаються наголоси дОговор і йогУрт. По срЕдам і средАм — тепер рівноцінні варіанти, а слово «Інтернет» пропонується писати з великої літери. Лінгвісти пояснюють, що мова — це жива система, яка постійно змінюється. Офіційно встановлені норми зазвичай не встигають за цим розвитком. Але якби всі нові віяння тут же фіксувалися в словниках, то наступне покоління насилу розуміло би попереднє.

Эхо Москвы







## 8. Рекомендовані джерела

Обов'язкові:

1. Аньєс І. Підручник із журналістики : Пишемо для газет. – Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2013. – 544 с.
2. Біяк О. Діяльність світових інформаційно-аналітичних агентств у міжнародному інформаційному просторі / О. Біяк // Молодий учений. – 2016. – №12 (39). – С. 181-185.
3. Сучасна агенційна журналістика: Довідник для студентів Інституту, факультетів, відділень та кафедр журналістики / Упор. В. Я. МIRONЧЕНКО. – К.: Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2010. – 148 с.
4. Вайшенберг З. Новинна журналістика : стандарти якості журналістської практики: Навчальний посібник / З. Вайшенберг. – К. : Академія Української Преси : Центр Вільної Преси, 2004. – 262 с.
5. Вайшенберг З., Кляйнштойбер Г.Й., Пьорксен Б. Журналістика та медіа. – Київ : Академія Української Преси ; Центр Вільної Преси, 2011. – 529 с.

Додаткові:

6. Гарматій О. Діяльність провідних інформаційних агентств на телевізійних ринках як складова глобальних інформаційно-комунікаційних процесів / О.Д. Гарматій // Теле- та радіожурналістика. – 2016. – № 15. – С. 3-8.
7. Дацків І. Інформаційно-аналітична діяльність світових інформаційних агентств / І. Дацків, А. Гринчишин // Східна Європа : економіка, бізнес та управління. – 2016. – Вип. 4 (04). – С. 25-29.
8. Жиленко І. Особливості подачі новин інформаційними агентствами Рейтер, ІТАР-ТАРС, УКРІНФОРМ / І.Р. Жиленко, О.О. Трубачова // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. – Симферополь, 2011. – Т. 24 (63), № 4, ч. 1. – С. 409-414.
9. Климнюк Т. "Reuters" – провідне інформаційне агентство світу / Т.А. Климнюк // Науковий вісник Волинського нац. ун-ту ім. Лесі Українки. – Луцьк, 2010. – № 21. – С. 115–118.
10. Лащук О.Р. Редактирование информационных сообщений. Учебное пособие для студентов вузов. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 160 с. (електронний варіант – <http://evartist.narod.ru/text3/43.htm>)
11. Михайлов А. І. Українське національне інформаційне агентство «Укрінформ» : буклет / А. І. Михайлов. — К. : Укркоопреклама, 2003. — 28 с.
12. Могилевская Э. Информационные агентства в современном сетевом пространстве [Электронный ресурс] / Э. Могилевская // Релга. – 2007. – 05 грудня. – № 17 (162). – Режим доступа : <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tguwww.woa/wa/Main>
13. Недопитанський М. І., Карась М. А., Ільченко В. І. Уроки з журналістської практики. Практичний посібник. — К.: Україна молода, 2010. – 120 с.
14. Саприкін О. Сучасні інформаційні агентства : підручник / О. А. Саприкін. – К. : НАКККиМ, 2014. – 392 с.



15. Сапунов В.И. Зарубежные информационные агентства. – Спб.: Изд-во Михайлова В. А., 2006. – 382 с.
16. Скуртул Г. Українські мережеві інформаційні агентства в умовах медіаконвергенції / Г. Скуртул // Обрії друкарства. – 2018. – №1 (6). – С. 201-208.
17. Срібняк І. Інформаційна агенція «Рейтер»: виникнення, особливості розвитку, сучасний стан / І. Срібняк // Літературний процес : методологія, імена, тенденції. – 2014. – №3. – С.65-69.
18. Супруненко С. Історія виникнення та розвитку інформаційних агентств [Електронний ресурс] / С.І. Супруненко. – Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vdakk/2009\\_2/23.html](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vdakk/2009_2/23.html)
19. Шнайдер В., Рауе П.-Й. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / Перекл. з нім. В. Климченко; за загал. ред. В. Іванова – К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2014. – 358 с.
20. Фоменко В. Основні етапи виходу інформаційного агентства Укрінформ на ринок економічних новин (1990-2010) / В. К. Фоменко // Вісник ХНУ. – Серія Соціальні комунікації. – 2010. – № 903. – С. 89-94.
21. Фоменко В. Укрінформ: на шляху від об'єкта до суб'єкта світового новинного простору / В. Фоменко // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації». – 2016. – № 10. – С. 54-59.
22. Больц Н. Абетка медіа / За загал. ред. В. Ф. Іванов; Переклад з нім. В. Климченка. – Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2015. – 177 с.
23. Голуб О. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник / Інститут масової інформації. – Київ: ТОВ “Софія-А”, 2016. – 184 с.
24. Йоганнес Л. Інвестигативний пошук / За загал. ред. В. Ф. Іванова, Пер. з нім. А. Баканов, В. Климченко. – Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2017. – 266 с.
25. Закон України «Про інформаційні агентства». – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/74/95-%D0%B2%D1%80>.
26. Закон України «Про інформацію». – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>
27. Закони України «Про підприємництво». – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/698-12>
28. Могилевская Э.В. Информационные агентства в Интернете/ <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1164&level1=main&level2=articles>
29. Могилевская Э.В. Типологические признаки информационных агентств в Интернете.// Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика – Воронеж, 2008. – №1- С.207-213 (електронний варіант - <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1756&level1=main&level2=articles>)



30. Носке Г. Журналістика: що треба знати та вміти / Книжка для читання та підручник. Київ : Центр вільної преси, 2017. – 312 с.
31. Орлова В.В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке. М.: Изд-во. «РИП-холдинг», 2003. – 168 с. (електронний варіант – <http://evartist.narod.ru/text5/68.htm>)
32. Погорельий Ю. А. Информационное агентство: стиль оперативных сообщений / Под ред. Г.Ф. Вороненковой. М., 2000. – 36 с. (електронний варіант – <http://www.evartist.narod.ru/text19/018.htm>)
33. Посібник з верифікації [електронний документ] / за ред. Крейга Сільвермана; переклад та адаптація Вячеслав Білоусов. —Режим доступу: [http://verificationhandbook.com/downloads/verification.handbook\\_ua.pdf](http://verificationhandbook.com/downloads/verification.handbook_ua.pdf)
34. Рус-Моль Ш. Журналістика : Посібник / Пер. з нім. В. Климченко; наук. ред. В. Іванов. – К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. – 343 с.
35. Срібняк І. Британська преса і журналістика в XVII–XX ст. / І.В. Срібняк, М.Г. Палієнко. – К., 2005. – 26 с.
36. Срібняк І. Зарубіжні мас-медіа : виникнення, особливості функціонування, основні тенденції розвитку (XVII–XX ст.) / І.В. Срібняк, М.Г. Палієнко. – К. : Науково-дослідний центр орієнталістики ім. Омеляна Прицака. – 2011. – 152 с.
37. Технология новостей: от события к идее // <http://www.newsman.tsu.ru/library/main/NewsTech.pdf>. - 2004.
38. Reuters Handbook of Journalism. – London, 2008. – 535 p. ([http://handbook.reuters.com/index.php/Main\\_Page](http://handbook.reuters.com/index.php/Main_Page))

#### Інтернет посилання

39. Агентство “Асошіейтед Прес” <http://www.ap.org>
40. Агентство “Інтерфакс” [www.interfax-news.com](http://www.interfax-news.com)
41. Агентство “Інтерфакс-Україна” [www.interfax.com.ua](http://www.interfax.com.ua)
42. Агентство “Ітар-ТАРС” [www.itar-tass.com](http://www.itar-tass.com)
43. Агентство “Кіодо Цусін” [www.kyodo.co.jp](http://www.kyodo.co.jp)
44. Агентство “РІА-новини” [www.rian.ru](http://www.rian.ru)
45. Агентство “Сінхуа” [www.xinhua.org](http://www.xinhua.org)
46. Агентство “Томсон-Ройтерс” <http://www.reuters.com>
47. Агентство “Українські новини” <http://ukranews.com>
48. Агентство “Укрінформ” [www.ukrinform.ua](http://www.ukrinform.ua)
49. Агентство “УНІАН” [www.unian.net](http://www.unian.net)
50. Агентство “Франс Прес” <http://www.afp.com>
51. Альянс Середземноморських інформаційних агентств [www.aman-alliance.org](http://www.aman-alliance.org)
52. Законодавча база Верховної ради України <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>
53. Інформаційний центр Міністерства юстиції України <http://www.informjust.ua/>
54. Міністерство Юстиції України <http://www.minjust.gov.ua/0/11739>
55. Об’єднання європейських інформаційних агентств <http://www.newsalliance.org>

56. Організація інформаційних агентств Азійсько-Тихоокеанського регіону  
[www.oananeews.org](http://www.oananeews.org)
57. Причорноморська асоціація національних інформаційних агентств – ПАНІА  
<http://bsanna-news.ukrinform.ua>
58. Телевізійна мережа новин “BBC” <http://news.bbc.co.uk>
59. Телевізійна мережа новин “CNN” <http://www.cnn.com>
60. Телевізійна мережа новин “Аль-Джазіра” <http://english.aljazeera.net>
61. Федерація арабських інформаційних агентств [www.fananeews.com](http://www.fananeews.com)